

UNIVERSIDAD DE ALICANTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES



GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN EMPRESAS
CURSO ACADÉMICO 2015 - 2016

MEDIDAS MOTRICES QUE FOMENTAN EL EMPRENDIMIENTO

ALLAN KHOCHMAN LAMUELA

VIRGINIA PAYÁ PÉREZ
DEPARTAMENTO DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Alicante, junio 2016

1. RESUMEN

Este trabajo está basado en un estudio sobre las medidas motrices que fomentan el emprendimiento por parte de diversas instituciones y organizaciones públicas, privadas y mixtas. Su objetivo principal es conocer la situación actual emprendedora y sus características para poder entender mejor el impacto real que las diferentes medidas tienen sobre la puesta en marcha de proyectos nacientes. Es decir, hacer una comparativa entre la existencia de medidas con su utilidad real hacia la actividad emprendedora.

Para llevar a cabo la investigación, se ha planteado un estudio exploratorio mediante el que hemos utilizado entrevistas en profundidad dirigidas a instituciones expertas en el sector y a emprendedores. Para ellos hemos seleccionado 7 organizaciones y 7 emprendedores.

Para finalizar, hemos concluido demostrando que los servicios de las organizaciones dedicadas al sector del emprendimiento juegan un papel vital para los emprendedores pero que se necesitan muchas otras variables para que este sector tenga el peso que se merece en la economía.

Palabras clave: medidas motrices, actividad emprendedora, servicios de organizaciones, emprendedores.

ÍNDICE.

1.INTRODUCCIÓN.....	5
2. APROXIMACIÓN DEL FENÓMENO EMPRENDEDOR.....	6
2.1. El perfil Emprendedor.....	6
2.2. Actividad Emprendedora y sus características.....	11
i. GEM España 2014.....	12
ii. TEA y Abandono en España.....	13
iii. Etapas del proceso Emprendedor.....	15
iv. Financiación del Emprendedor.....	16
2.3. Medidas claves existentes en la Comunidad Valenciana.....	19
i. GEM Comunidad valenciana 2014.....	19
ii. Principales y tipos de medidas de apoyo.....	21
iii. PAE y Organismos.....	24
3.PROGRAMAS Y POLÍTICAS A NIVEL NACIONAL Y COMUNITARIO.....	29
3.1. A nivel Nacional.....	29
i. Ley de Emprendedores (2013).....	29
ii. Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016.....	32
3.2. A nivel Europeo.....	33

i. Enfoque Europeo del emprendimiento.....	33
ii. GEM Europeo: datos generales.....	34
iii. Políticas y programas de impacto directo.....	35
4.ESTUDIO EMPÍRICO DEL FENOMENO EMPRENDEDOR.....	36
4.1. Objetivos e hipótesis.....	36
4.2. Metodología.....	38
4.3. Desarrollo y Resultados.....	40
i. Organismos.....	40
ii. Emprendedores.....	44
4.4. Reflexiones.....	46
5. CONCLUSIÓN.....	49
6.BIBLIOGRAFÍA.....	51

1. INTRODUCCIÓN

El estudio se ha llevado a cabo como propuesta para el trabajo de fin de grado para el curso 2015-2016. Trata sobre las medidas motrices que fomentan el emprendimiento en España, Unión Europea y sobre todo en la provincia de Alicante.

El estudio se focaliza por un lado en las medidas existentes a nivel regional, nacional y comunitario; contrastándolo con la actividad diaria y el impacto real de estas medidas sobre sus actividades, por otro.

Emprender requiere muchas competencias basadas en las aptitudes generales, la reflexión estratégica, la capacidad de análisis, la cooperación, la capacidad para hacer frente a los riesgos, desafíos y retos. Pero, en muchas ocasiones iniciar una nueva actividad requiere de otras variables que no dependen del emprendedor. Entre estas variables existen las medidas, políticas y programas dedicados al emprendedor para facilitar, incentivar e impulsar su actividad naciente.

En el tejido empresarial europeo, las pequeñas y medianas empresas tienen un peso más que mayoritario con un 98%. Representan la base de la economía por su predominio; pero la incertidumbre tiene una clara presencia reduciendo así la probabilidad de éxito de muchos empresarios. Por ello, el apoyo de la administración pública y de diferentes organismos dedicados al emprendimiento mediante el desarrollo de medidas y de servicios aparece como prioridad para el proceso emprendedor.

La elección de los apartados se ha hecho en base a un criterio lógico de orden ascendente:

En primer lugar, se ha realizado una aproximación del fenómeno emprendedor. Existen multitudes de estudios referentes al estudio del emprendimiento y de sus características. Se ha seleccionado los datos e informes que entraban en el marco del trabajo para entender mejor la situación actual del fenómeno emprendedor.

Se ha hablado de la actividad emprendedora y sus características existentes en España y en la Comunidad Valenciana. Para ello, se ha escogido unas variables de estudio como el índice TAE, la tasa de abandono, las diferentes fuentes de financiación del emprendedor, la definición de las etapas del proceso emprendedor y la existencia de organizaciones especializadas sobre la actividad emprendedora en la provincia de Alicante.

En segundo lugar, se ha enumerado una serie de medidas y programas a nivel nacional y comunitario (Unión Europea) que tienen como objetivo fomentar el emprendimiento. Existen multitudes de medidas para los emprendedores. Se hace referencia a la Ley de emprendedores y a la Estrategia de emprendimiento y Empleo joven 2013-2016 a nivel nacional; y a nivel comunitario realizamos una aproximación del objetivo europeo en esta materia mediante datos de estudios realizados y enumeramos una serie de medidas específicas de impacto directo para el emprendimiento.

Por último, desarrollamos un estudio empírico para la recopilación de información mediante entrevistas en profundidad hacia los organismos especializados en emprendimiento en la provincia de Alicante y también a los propios emprendedores.

Para finalizar, se recogen una serie de conclusiones que se han extraído del estudio realizado, teniendo en cuenta los objetivos y lo acontecido en las sesiones que se han llevado a cabo.

2. APROXIMACIÓN DEL FENÓMENO EMPRENDEDOR

2.1. Perfil del emprendedor español.

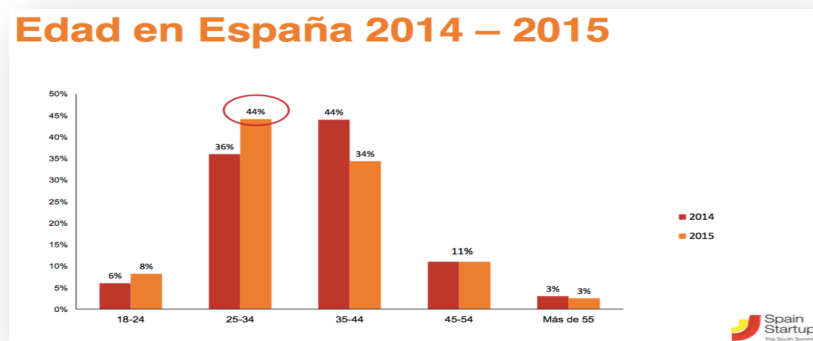
Para describir y conocer el perfil del emprendedor español en 2015, utilizaremos el estudio de Spain Start-up. El *Mapa del emprendimiento 2015* representa el nombre de este estudio e intenta buscar y describir los cambios que ha sufrido el perfil del emprendedor español en el último año, las posibles fuentes de financiación y el tipo de proyectos en los que más se vuelca, entre otras variables.

Para ello la organización ha recopilado datos de 1.800 proyectos: el 67% proceden de España, el 13% de Latinoamérica, el 11% del Sur de Europa y Mediterráneo, y sólo un 9% de otras partes del mundo.

Es interesante preguntarse cómo son las personas involucradas en la puesta en marcha y creación de nuevas empresas y estudiar su evolución ya que sus características varían y modifican de un año a año.

Edad.

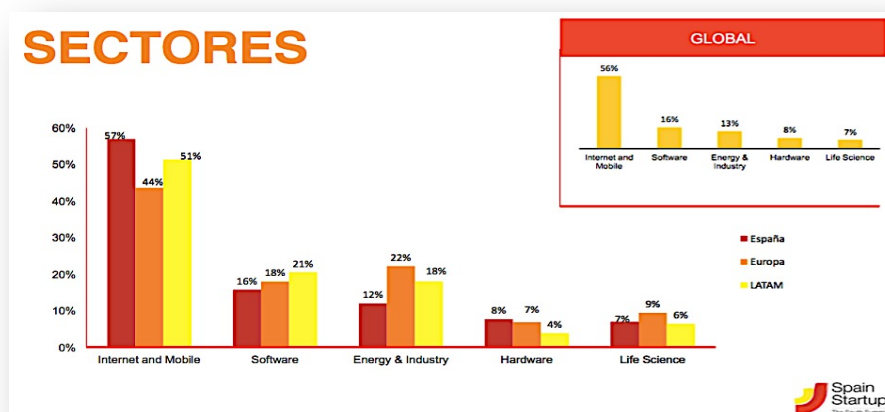
En 2014 la edad media del emprendedor estaba entre 33 y 44 años mientras que en 2015 ésta se sitúa entre 25 y 33 años lo cual muestra un rejuvenecimiento de la actividad emprendedora. Cabe destacar, aunque no aparezca en este gráfico, que con un 83% los hombres representan la gran mayoría de emprendedores frente a un 17% de mujeres, habiendo bajado frente al año anterior el cual representaba un 19%.



Fuente: www.gem-spain.com

Sectores.

Por otro lado, los emprendedores enfocan sus negocios hacia la tecnología e internet: la telefonía móvil representa el 57%, el software el 16%, la industria y energía el 12%, el hardware el 8% y las ciencias biológicas un 7%.



fuentes: www.spain-startup.com

Primera fuente de Financiación.

Para realizar estos proyectos, los españoles tienen que hacer frente a uno de los elementos más críticos de la actividad emprendedora: la financiación.

La búsqueda de la financiación es una de las cuestiones fundamentales para el emprendedor, especialmente en las primeras fases de la actividad. En efecto, la financiación bancaria resulta casi imposible de obtener hasta que los modelos de negocios no consigan consolidarse lo suficientemente como para tener activos tangibles propios que puedan ser ofrecidos como garantía.

Otro inconveniente del entorno español es la ausencia de mercados alternativos de capital que canalicen mucha inversión hacia proyectos emprendedores nacientes una vez agotados los ahorros o capital del propio emprendedor. Por consiguiente, más de la mitad de los proyectos (58%) se ponen en marcha con recursos propios, un 26% arranca gracias al apoyo financiero de familiares y amigos, un 12% empieza con fondos privados y tan solo un 3% comienza gracias a un crédito bancario.

EL *crowdfunding*, denominado también como micromecenaje, financiación colectiva o cuestación popular, representa la última modalidad de financiación utilizada por los emprendedores con un 1%. Esta forma de financiación se basa en una cooperación colectiva llevada a cabo por personas que realizan una red para alcanzar una cifra de dinero u otros recursos. Se realiza vía internet e involucra a decenas, cientos e incluso miles de personas existiendo cuatro principales tipos de crowdfunding:

- de inversión: en este caso, el inversor o micro-inversor recibe una acción, una participación o unos compromisos sobre beneficios de la empresa como contraprestación de la aportación.
- de recompensa: este concepto está enfocado principalmente al desarrollo de productos creativos dónde el mecenas realiza una aportación a cambio de una contraprestación no dineraria.

- de donación: existente por aportaciones a proyectos solidarios, humanitarios dónde los donantes no esperan ningún tipo de contraprestación.
- de préstamo: el prestamista recibe un préstamo junto con un tipo de interés acordado como contraprestación a su aportación (existente tanto para particulares como para empresas).

Gráfico: Tipo de plataformas de crowdfunding utilizadas en 2014.

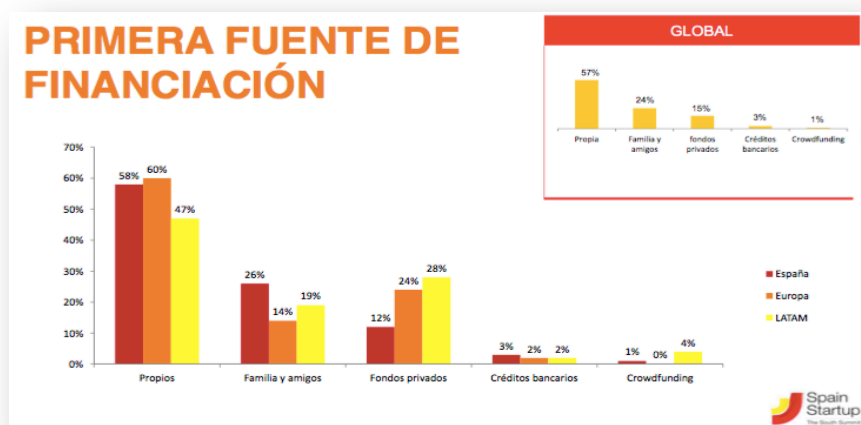


fuelle: <http://web.spaincrowdfunding.org>

Este modelo de financiación está en pleno auge ya que no depende de ninguna entidad bancaria pero sí de las personas que apoyan tu proyecto.

Representa un elemento de concienciación social que permite hacer llegar a un mayor número de personas a proyectos de todos los ámbitos (cultural, social, empresarial y científico) provocando a su vez una repercusión positiva hacia la sociedad poniendo en relieve la importancia y la gran labor de estos sectores, muchas veces desconocidos y olvidados.

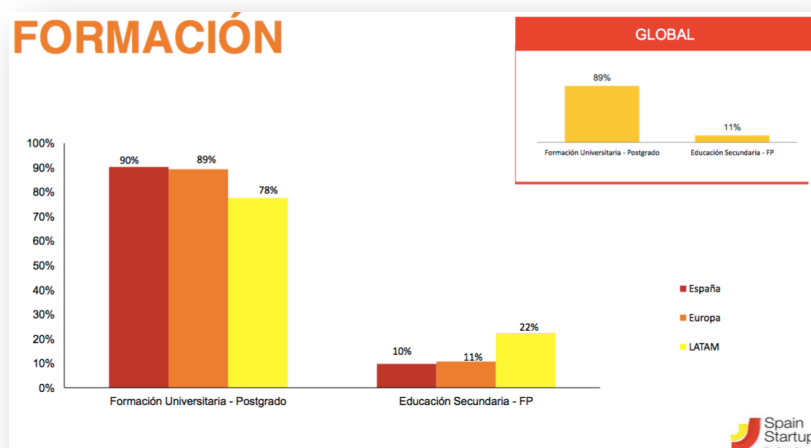
De hecho, en muchas ocasiones puede ser una manera de testar si un proyecto va a ser bien aceptado por su público objetivo o no. Uno de los ejemplos más representativos es el de la Empresa *Pebble*, productora de relojes digitales “smartwatch” que consiguió en 2015 más de 20 millones de dólares en un mes gracias a este sistema de financiación .



fuelle: www.spain-startup.com

Formación.

La formación resulta ser un elemento presente entre los emprendedores ya que el 90% de éstos poseen una formación universitaria o de posgrado frente al resto que tiene una educación secundaria o una formación profesional.

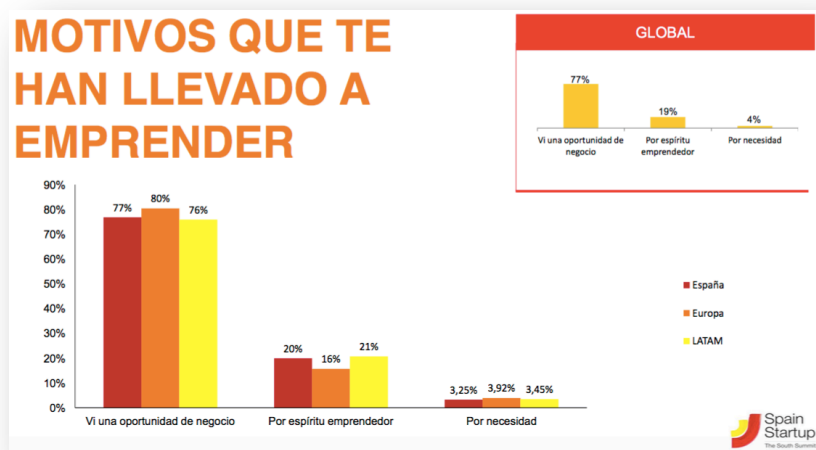


fuelle: www.spain-startup.com

Causas y motivos para emprender.

Conocer las causas por las que los emprendedores deciden lanzarse en la puesta en marcha de una actividad empresarial es un aspecto interesante.

Entre las diferentes razones que les han llevado a emprender, el 77% afirma que vio una oportunidad de negocio, un 20% que lo hizo por tener un espíritu emprendedor y un 3,2% emprendió por necesidad. Aunque más adelante se detallarán las características principales del informe del GEM (El Global Entrepreneurship Monitor), es interesante apuntar que en 2015 se ha producido un cambio de tendencia ya que la motivación por oportunidad supera la de necesidad.



fuelle:www.spain-startup.com

2.2. Actividad emprendedora y sus características en España.

España tiene una tasa de paro muy elevada que afecta especialmente a los jóvenes teniendo, el 25% de ellos, entre 15 y 29 años que ni estudian ni trabajan. El emprendimiento puede representar una gran fuente de creación de empleo y de crecimiento social y económico.

La iniciativa emprendedora trata de identificar oportunidades, buscar y obtener los recursos necesarios tanto financieros como humanos y tomar los riesgos necesarios para la consecución de los proyectos.

Los altos niveles colectivos de motivo de logro, lo que equivale a elevadas tasas de emprendedores, conducen a épocas de desarrollo económico de la misma forma que los escasos niveles de esta motivación proceden a épocas de declive económico. (McClelland ,1961).

El emprendimiento económico no sólo aporta creación de nuevas empresas sino también un mayor dinamismo en la productividad y un importante empuje a las tasas de crecimiento de un país a través de los mercados y de las mejoras de eficiencia.

El proceso emprendedor comprende el conjunto de las actividades en el que las personas se involucran a la hora de identificar, evaluar y explorar nuevas oportunidades de negocio.

Para hacer un análisis profundo, se tendrá que estudiar este proceso mediante varias etapas que van desde la intención de emprender en el futuro próximo hasta la puesta en marcha del negocio naciente, la gestión de negocios nuevos o ya establecidos y/o el abandono de éstos.

i. Proyecto Global Entrepreneurship Monitor de España (GEM).

Para profundizar en la materia se utilizará datos del proyecto de investigación iniciado en 1998 por el Babson College y London Business School llamada GEM (Global Entrepreneurship Monitor). Este proyecto surgió con la intención de analizar la actividad emprendedora así como los factores que influyen en la creación de nuevas empresas.

Investiga principalmente los siguientes temas:

- La estimación de la contribución del sector empresarial al crecimiento económico
- Las condiciones regionales, nacionales e institucionales que impulsan el sector empresarial
- El potencial de los gobiernos para promocionar la actividad empresarial.

El modelo GEM se nutre de tres principales fuentes de información para obtener los resultados que se describirán a continuación: una encuesta dirigida a la población adulta, utiliza un panel de expertos y fuentes de información secundarias de cada uno de los países participantes en el estudio.

Lógicamente, los mayores esfuerzos se concentran en la encuesta a la población adulta de los diferentes países participantes que ofrece datos relacionados, entre otros, con la tasa de participación de la población en la creación de nuevas empresas, siendo éste el indicador más importante: la Actividad Emprendedora Total (TEA) de un país.

El panel de expertos que representa una parte del objeto del estudio, está formado por una selección de personas de cada país especialistas y experimentadas en el mundo empresarial y emprendedor. Este panel está formado por un mínimo de 36 expertos en cada país.

La investigación del GEM se basa en las variables que conforman un modelo de relaciones y el proceso por el que se realizan las iniciativas emprendedoras. El modelo inicial planteado para analizar la importancia de la actividad emprendedora en el crecimiento económico tiene como variable dependiente esta última y parte del estudio de los factores culturales, políticos y sociales de un país específico, que influyen tanto en las condiciones de carácter general como en el entorno empresarial.

La capacidad que tenga un país a tener emprendedores y que fomente la creación de empresas dará lugar a la creación de nuevos negocios y por ende, tendrá un impacto positivo al crecimiento económico del país.

Este modelo se combina con una visión dinámica del proceso completo de la creación de nuevas empresas que se basa en todas las etapas que van desde la intención de crear una nueva empresa, su nacimiento y posterior fase en que se convierte en empresa consolidada.

ii. TAE y abandono en España.

Para entender el concepto de actividad emprendedora es necesario saber que la tasa de actividad emprendedora total (TAE) constituye el principal indicador del GEM y corresponde a la suma del porcentaje de emprendedores nacientes y el porcentaje de emprendedores nuevos.

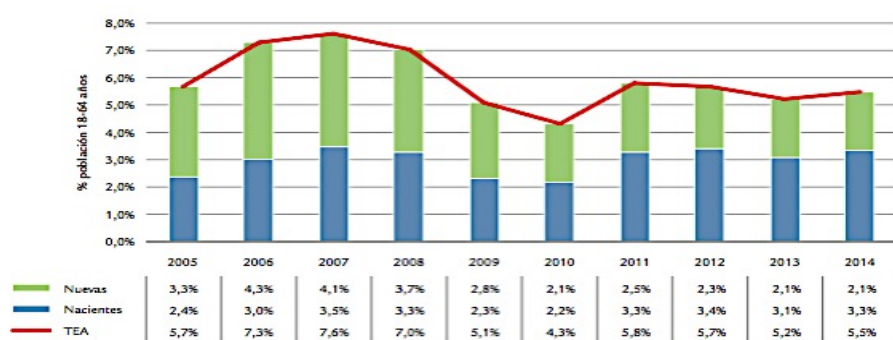
El último GEM publicado sobre España es el del año 2015 pero en el momento de la redacción de este trabajo aún no estaba publicado, por lo que el GEM objeto de estudio del trabajo será el del año 2014. Pero como detalle interesante, el Informe Mundial del GEM 2016 establece que la **actividad emprendedora** ha aumentado en 5,7% en España aunque se sitúa por debajo de la media Europea (7,8%).

En efecto, se puede decir que la población percibe lentamente una mejora en las oportunidades de iniciar un negocio ya que en 2014 el TEA se situaba en 5,5% aunque es importante destacar que este nivel de actividad emprendedora está por debajo de los niveles vistos antes de la crisis iniciada en 2008. De hecho, la tasa antes del comienzo de la crisis en 2008 superaba el 7% de los adultos de 18 a 65 años.

¿Tener una tasa de TAE del 5,7% es suficiente para un país como España?

Países como Lituania y Rumanía tienen el TEA más alto de Europa con un 11,9% seguidos de Eslovaquia (10,9%), Reino Unido(10,7%) y Portugal (10%). Entre los países con una tasa similar a la de España están Bélgica, Francia, Finlandia, Dinamarca e Italia con la tasa más baja (4,4%).

Gráfico: Evolución del TEA y del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y nuevos en España 2005-2014



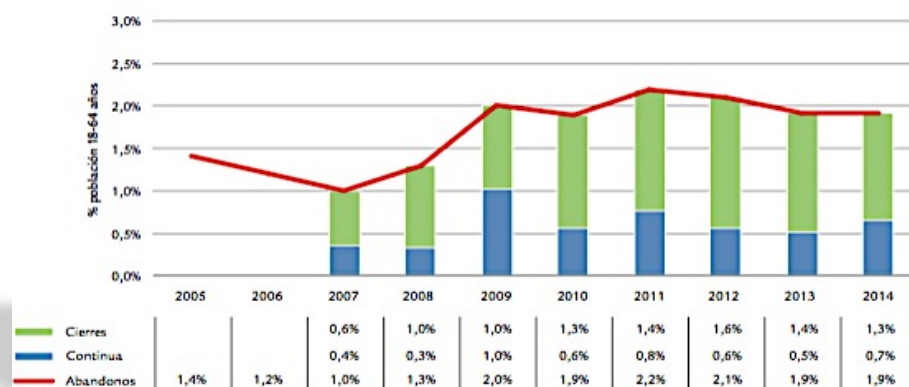
u
fuente :www.gem-spain.com

Por otro lado, **el abandono** de las actividades empresariales es una de las cuestiones fundamentales en el estudio del emprendimiento. Según estos datos, la tasa de abandono en

2014 sigue siendo el mismo que en 2013. Pero existen varios cambios: por una parte la proporción de las personas que han cerrado definitivamente un negocio disminuye de un 1,4% a un 1,3% y por otra, la proporción de personas que abandonan el negocio pero traspasándolo a una tercera persona aumenta de 0,5% a 0,7%.

Como se aprecia en el grafico, antes de 2009 el abandono tenía un valor en torno al 1.3% y a partir de 2009 se duplica siendo en mayor medida el cierre definitivo y una pequeña parte que sigue funcionando en manos de otras personas.

Gráfico: Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en España 2005-2014



Fuente: www.gem-spain.com

iii. Etapas del proceso emprendedor.

Hoy en día se podría decir que no existe una clasificación única y definida para determinar el tiempo y duración de las diferentes etapas que define el ciclo de desarrollo de una nueva empresa ya que la evolución y el progreso de éstas en el tiempo dependen de una multitud de factores tales como el sector económico en la que va a basar su actividad, el mercado en el cual van a ir dirigidas sus actividades, las características propias de la organización y del entorno y contexto económico en el cual se encuentre; pero se puede decir con cierta certeza que sin importar el tiempo en que se desarrollen las empresas, afrontan por norma general, cuatro principales etapas dentro de su ciclo de desarrollo:

- Planeación o conceptualización (emprendedor potencial que piensa en emprender en los próximos 3 años).

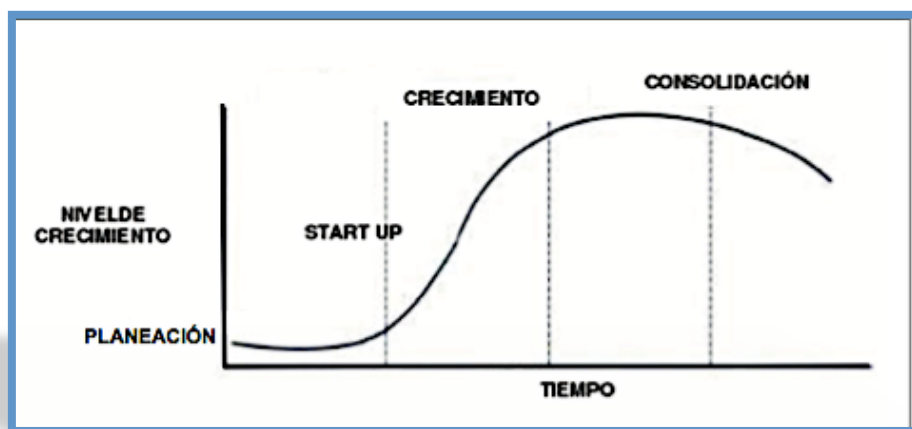
- Start-Up (actividad emprendedora naciente con puesta en marcha, hasta 3 meses en funcionamiento).
- Crecimiento (actividad empresarial nueva desarrollada desde 3 años y medio).
- Consolidación (actividad empresarial en funcionamiento pleno con más de 3 años y medio).

La clasificación de las empresas en base a su etapa de desarrollo o nivel de crecimiento, conlleva a problemáticas específicas en cuanto a aspectos tales como su grado de desarrollo en diferentes procesos de investigación y desarrollo, capacidad de generación y creación de nuevos productos y/o servicios, inserción en los mercados a nivel nacional e internacional y obviamente sus necesidades financieras.

Las PyMEs que tienen una estrategia de crecimiento concreta y bien definida recorren un ciclo de financiación basado en el acceso a diferentes fuentes a medida que la empresa va creciendo, ganando experiencia y haciéndose más transparente.

En efecto, en el inicio de su actividad, las empresas tienen un financiamiento aportado por los diferentes fundadores y algunas fuentes cercanas a ellos (recursos propios y financiación particular de amigos y familiares). A medida que las actividades de la empresa crecen ésta puede acceder a una financiación a través de intermediarios, capital de riesgo y préstamos bancarios. Por último, las empresas que sobreviven y continúan creciendo podrán tener acceso a los mercados públicos.

Gráfico: etapas del proceso emprendedor



Fuente: Mogollón 2007

iv. Financiación del emprendedor.

Para acabar esta aproximación sobre la actividad emprendedora en España y sus características, parece interesante hablar de la financiación de la actividad emprendedora naciente. Esta cuestión representa un pilar fundamental para el emprendedor y suele ser un rompecabezas para éstos.

Obtener financiación resulta especialmente complicado en los inicios de la actividad por la falta de desarrollo e ingresos en la actividad naciente. Por ello, los bancos se niegan a financiar nuevos proyectos basándose en la falta consolidación y de historial en la nueva actividad provocando una ausencia de garantías por parte de los emprendedores. El acceso a la financiación resulta compleja para las PyMES por la existencia del subdesarrollo del mercado de capitales y de la tendencia cada vez mayor de falta de préstamos por parte de los bancos.

La financiación con la que puede contar un emprendedor pueden ser divididas en dos grandes categorías: los recursos propios (y particulares) y la financiación externa.

Los recursos propios representan una de las fuentes más comunes utilizadas y está compuesta por los fondos o ahorros propios del emprendedor o familiares para poder poner en marcha e iniciar su actividad emprendedora.

Por otra parte, en la financiación externa el capital riesgo tiene un papel importante ya que su actividad se basa en proporcionar recursos a medio y largo plazo pero sin vocación de permanencia ilimitada, a diferentes empresas que deseen financiación o presenten dificultades en su acceso. Este capital va dirigido a las empresas que no cotizan que se encuentran en una etapa de arranque (*venture capital*) o de madurez como consecuencia de un proceso de expansión o reestructuración (*private equity*). De hecho existen diferentes tipos de inversores de riesgo que han intervenido en diferentes Start-Ups de la nueva economía y que han permitido de forma determinante motorizar y dinamizar estos nuevos proyectos.

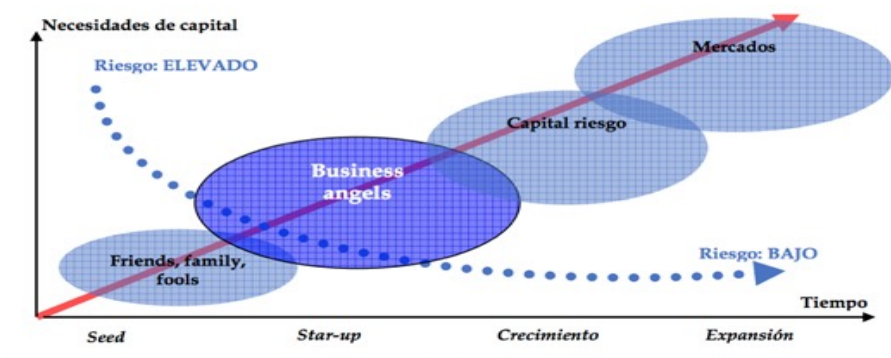
Los principales son los siguientes:

- ✓ Capital semilla (*seed capital*): consiste en financiación preliminar para el desarrollo de una actividad basada en un producto o inversión).
- ✓ Capital de arranque (*Start-Up Capital*): dirigido a empresas ya activas y con necesidades de financiación para la consecución de su actividad económica.
- ✓ Capital de expansión (*development capital*): consiste en la inversión de un capital de riesgo en búsqueda de una consolidación de una actividad ya operativa para ampliar líneas de productos, obtener un importante equilibrio financiero o consolidado de forma general la compañía.

Por otro lado, los *Business Angels* o *Angeles Inversionistas* son especialmente relevantes en el ámbito del emprendimiento ya que representa un “padrino” inversor y provee capital (muchas veces considerado como capital semilla o de arranque) para Start Ups, experiencia, contactos empresariales y profesionales normalmente a cambio de una participación accionarial.

Estos inversionistas se diferencian de otros tipos de inversionistas porque además de la aportación de capital financiero se adiciona como valor agregado su asesoría, gestión y networking gracias a su experiencia en los diferentes sectores y la garantía que pueden ofrecer en cuanto a cumplimiento de sus expectativas de inversión. Ejemplos claros de empresas que fueron apoyadas por este tipo de inversores serian Google, Skype, Starbucks, Amazon etc.

Gráfico: Fases de inversión de una empresa y el papel del business angel



Fuente: EBAN (European Business Angels Network)

La tabla describe la necesidades de financiación de los proyectos de negocios de los emprendedores nacientes identificados en 2014 en España. El capital semilla medio proveniente de recursos propios que los emprendedores nacientes aportaron a sus proyectos naciente en 2014 fue de 29.459'1 euros, siendo el requerido para estos proyectos nacientes 55.542'3. Pero cabe destacar que el capital semilla que fue aportado por los emprendedores con sus recursos propios fue del 63% del total requerido. Se puede observar que 3 de cada 10 emprendedores financiaron sus proyectos al 100% con recursos propios mientras que 7 de cada 10 necesitaron fondos ajenos.

Esto nos indica que en 2014 la proporción de emprendedores que han invertido sus proyectos nacientes con recursos propios ha disminuido y tal situación puede ser positiva ya que muestra una mejoría en el mercado a la hora de adquirir fondos ajenos y por ello evita una aportación total del capital semilla por parte de los emprendedores en sus proyectos nacientes.

Tabla: Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocios nacientes en España en 2014.

Tabla 1.2.1. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en España en 2014			
	Capital semilla necesario por los proyectos nacientes (€)	Capital semilla aportado por los emprendedores nacientes (€)	Capital semilla aportado por los emprendedores nacientes (%)
Media	55.542,3	29.459,1	63,0%
Mediana	20.000,0	10.000,0	51,5%
Moda	20.000,0	20.000,0	100,0%
Desv. Típica	105.362,5	78.214,9	33,0%
Mínimo	500,0	1,0	0,2%
Máximo	1.500.000,0	1.500.000,0	100,0%

fuelle: www.gem-spain.com

2.3. Medidas claves existentes en la Comunidad Valenciana

i. Proyecto Global Entrepreneurship Monitor de la Comunidad Valenciana (GEM).

Es importante conocer el estado del entorno para cualquier actividad emprendedora que establezca los factores con capacidad para condicionar y afectar las oportunidades de negocio.

El potencial del emprendedor y del propio proceso de nacimiento y evolución de iniciativas emprendedoras puede verse afectado por varias medidas tomadas a nivel regional.

Para ese estudio, utilizaremos principalmente el informe del GEM de 2014 dedicado a la comunidad Valenciana en el cual se utiliza a un grupo de 36 empresarios y profesionales que evalúan las condiciones generales del entorno. El término “entorno” hace referencia a una gran multitud de materias, condiciones y de medidas como:

- Apoyo financiero: disponibilidad de recursos financieros para la creación, puesta en marcha y crecimiento de nuevas empresas (subvenciones y subsidios). La cuestión de la financiación representa el principal obstáculo en la Comunidad Valenciana a la hora de emprender: 8 de cada 10 profesionales o empresarios creen que es la principal barrera.

Tabla: Evaluación del apoyo financiero a la creación de empresas en la C.Valenciana

En la Com. Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Existen suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento	2,65	2,63	2,67	2,42	2,19	2,14	1,89	1,81	2,14
Existen suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento	2,84	2,78	2,69	2,50	2,14	1,97	1,86	1,67	2,16
Existen suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento	2,65	2,56	2,81	2,72	2,42	2,31	1,77	1,72	2,57

fuelle: www.gem-spain.com

- Políticas y programas públicas: apoyo de las administraciones públicas a empresas de nueva creación y en crecimiento (por ejemplo a nivel fiscal).
- Educación y formación: importancia de esta materia que agrupa programas y herramientas que potencian las habilidades y conocimientos necesarios para la buena gestión empresarial.

- Transferencia tecnológica: contribución de los sistemas de investigación y desarrollo a la hora de implantar un sistema basado en la innovación e I+D.
- Infraestructuras comerciales y profesionales: disponibilidad de diferentes infraestructuras e instituciones que faciliten las iniciativas emprendedoras.
- Normas sociales y culturales: existencia de normas culturales que faciliten y favorezcan la puesta en marcha de nuevas empresas.

ii. Tipos y principales medidas de apoyo en la Comunidad Valenciana.

La condición mejor valorada en 2014 en la Comunidad Valenciana es la del acceso a la infraestructura física basada en la mejora de los costes de acceso a estos servicios. Estas infraestructuras engloban carreteras, telecomunicaciones, el coste de los servicios básicos como el gas, agua electricidad etc. y según los expertos proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento en la Comunidad Valenciana.

Tabla: Evaluación acceso a infraestructura física en la C.Valenciana

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento	3,53	3,47	3,89	4,00	4,00	3,77	3,83	3,92	3,96
No es excesivamente caro, para una empresa nueva o en crecimiento, acceder a teléfono, Internet, etc.	3,64	3,72	3,71	3,69	3,65	3,63	3,5	3,5	4,00
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aprox. una semana	3,49	3,32	3,59	3,86	3,65	3,54	3,5	4,14	4,00
Una empresa nueva o en crecimiento puede afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.)	3,86	3,83	3,92	3,67	3,76	3,69	3,25	3,44	3,89
Una empresa nueva o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.) en aproximadamente un mes	3,79	3,77	3,79	4,03	3,5	3,7	3,47	3,91	4,03
Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutral; 5=cierto)									

fuelle:www.gem-spain.com

Las facilidades administrativas expuestas hacia los emprendedores por las administraciones públicas siguen siendo un problema existente e importante que puede actuar como barrera de

entrada para los nuevos emprendedores pese a los esfuerzos realizados por las administraciones.

Pero las políticas de apoyo referentes a la orientación y prioridad de la actividad emprendedora para estas administraciones ha mejorado gracias a diferentes políticas gubernamentales y autonómicas. En efecto, tanto a nivel nacional como a nivel autonómico las políticas de ayudas crecen y toman cada vez más importancia y vuelven a alcanzar los números existentes antes de la crisis y en alguna ocasión superarlos (existe hoy en día mucha más entrega y dedicación a este tema que en 2006 por parte de las instituciones públicas).

Tabla: Evaluación de las políticas públicas de apoyo a la creación de empresas en la C.Valenciaca

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Las políticas públicas favorecen claramente a las empresas de nueva creación	2,39	2,31	2,22	2,14	2,06	2,20	2,44	1,97	2,05
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en las políticas del gobierno estatal	2,74	2,91	2,89	2,53	2,44	2,36	2,75	2,81	3,08
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en las políticas autonómicas	3,06	3,03	3,11	3,03	2,75	2,66	2,69	2,78	3,07
Las nuevas empresas pueden realizar los trámites administrativos y legales (licencias y permisos) en aprox. 1 semana	2,29	1,97	2,19	1,94	2,22	2,31	2,78	2,21	2,12

Fuente: www.gem-spain.com

¿Pero, realmente cuales han sido las principales fuentes de apoyo al emprendimiento en la comunidad valenciana en 2014?

Como se puede constatar, los expertos entrevistados en la Comunidad Valenciana dicen que, en primer lugar, los programas gubernamentales son el factor principal con un 46,9%, seguido de la situación laboral con un 40,6% , en tercer lugar las políticas de apoyo con un 31,3% y en cuarta posición la capacidad percibida en la población de la región con un 21,9%.

En efecto, la situación laboral ha provocado por parte de colectivos desfavorecidos a lanzarse a emprender nuevas actividad debido a la falta de empleo. Esta situación desfavorable de la situación laboral ha favorecido en esta medida el emprendimiento mediante la creación de empresas por necesidad y cambiado las características de la dinámica emprendedora impulsando la actividad emprendedora.

Los programas de apoyos lidera los factores impulsores de las iniciativas emprendedora ya que las autoridades y administraciones públicas han tomado conciencia respecto y han empezado, en estos últimos años, a darse cuenta de su importancia y sus beneficios. Los agentes de desarrollo hacen una labor esencial en este sentido, potenciando la labor emprendedora con su cercanía y orientación hacia los emprendedores.

Tabla: Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora.

Ámbitos del entorno que suponen apoyos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito (importancia)
Programas gubernamentales	46,9%
Situación del mercado laboral	40,6%
Políticas de apoyo	31,3%
Capacidad emprendedora	21,9%
Apertura del Mercado interno	18,8%
Apoyo financiero	18,8%
Educación y formación	15,6%
Infraestructura comercial y profesional	12,5%

Tabla multi-respuesta donde cada experto menciona hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)

Fuente: www.gem-spain.com

De hecho, las diferentes organizaciones ponen a disposición de los emprendedores sus servicios y métodos para efectivas puestas en marcha de creación de empresas. Encontramos entre estos servicios la formación, diferentes tipos de formación, orientaciones a nivel de gestión, contabilidad, encuentros entre diferentes tipos de emprendedores, jornadas organizadas...

Uno de los métodos motores e impulsores se basan en las incubadoras, aceleradoras, viveros o centros de coworking.

Las incubadoras de empresas son unas organizaciones diseñadas para acelerar el crecimiento y asegurar el éxito de proyectos emprendedores a través de una amplia gama de recursos y servicios empresariales. Estos pueden incluir renta de espacios físicos, capitalización, coaching, networking (red de contactos) y otros servicios básicos como telecomunicaciones, limpieza, luz, electricidad etc.

Por otro lado, las aceleradoras tienen un papel muy parecido; éstas pretenden desarrollar un proyecto naciente en un lapso de tiempo muy reducido reagrupando todos los medios y recursos necesarios para ello.

Permiten beneficiarse de una mayor liquidez gracias al capital aportado por las propias aceleradoras, de un espacio en común donde compartir y desarrollar un proyecto, de equipos de apoyos que darán soluciones en cuanto a varias cuestiones como marketing o desarrollo y diseño del producto y en fin, de obtener contactos de interés como inversores y business angels.

iii. Puntos de atención para emprendedores (PAE) en Alicante: organismos y sus servicios.

El propósito de estos centros es facilitar y potenciar el inicio de las actividades emprendedoras mediante muchas herramientas que estarán a disposición de los emprendedores. Mediante el Centro de Información y Red de Creación de Empresas (CIRCE) utilizan un portal electrónico diseñado para desarrollar los proyectos de forma telemática como la creación de “Sociedades Limitadas Nueva Empresa” que facilitaran y simplificaran la creación de empresas.

Los PAE representan organismos tanto públicos como privados que tienen como objetivo principal prestar unos servicios básicos y necesarios para el emprendedor a la hora de crear una empresa: asesoramiento, tramitación de documentos, formación y apoyo a la financiación etc.

En la provincia de Alicante existe una gran variedad de organizaciones que se dedican a atender las diferentes necesidades de los emprendedores y las principales son las siguientes:

1) *JOVEMPA*: es una asociación compuesta por jóvenes emprendedores con sedes en toda la provincia de Alicante (Alicante, Elche, Vega Baja, Alcoy Marina Alta, Vinalopó, Marina Baixa) sin ánimo de lucro que fomenta todo tipo de información profesional.

Ofrece servicios de asesoramiento de creación de empresas financiado a través de convenios de colaboración con diferentes ayuntamientos de la provincia y con otros organismos privados.

En efecto, gracias a sus oficinas de atención al emprendedor y la organización de diferentes cursos y jornadas, la asociación consigue transmitir todo tipo de ayudas sobre cómo redactar un plan de empresa, cómo obtener ciertas subvenciones y financiación, etc...

2) *GIPE, OTRI (Oficina de Transferencias Tecnológica) y OBSERVATORIO DE INSERCIÓN LABORAL*: tanto el gabinete como el observatorio se sitúan en la Universidad de Alicante y están incluidos en el programa UA Emprende de la Universidad de Alicante.

Entre otros objetivos, está el de fomentar el empleo y la creación de empresas. En efecto, buscan poner a disposición de los/as estudiantes y graduados/as de la Universidad de Alicante, todos los instrumentos y programas del servicio público de empleo destinados a la mejora de las oportunidades de trabajo en general, y en particular, las diseñadas para el colectivo universitario.

En cuanto al fomento de la cultura emprendedora, realizan actividades grupales mediante actuaciones de información y motivación para dar a conocer algunas de las características generales del emprendimiento así como la colonización de los recursos para su apoyo en el contexto de la Universidad de Alicante. Ofrecen también los siguientes servicios y apoyo al emprendedor:

- Facilitar al emprendedor el acceso a microcréditos para atender las necesidades de financiación ajena.
- Preparación para la presentación de la iniciativa de concursos de premios de emprendimiento
- Preparación para la solicitud de ayudas y subvenciones
- Información sobre vías de acceso a la financiación
- Acceso a Centros de Creación de Empresas

- Desarrollo de programas como DOEACTUA y YUZZ que representan iniciativas para materializar ideas de negocio innovadoras y emprendedoras hasta su puesta en marcha en el mercado.

3) *CÁMARA DE COMERCIO DE ALICANTE*: es una institución de derecho público y ámbito provincial intermediaria entre la administración y los empresarios. El servicio y asesoramiento al emprendimiento forma un pilar fundamental en esta organización.

La mayor parte de sus actividades son gratuitas asegurando una orientación básica a los emprendedores y garantizando un mejor entorno en el que desarrollar sus actividades.

En lo que concierne las actividades de emprendimiento, la Cámara de Comercio de Alicante ofrece servicios al emprendedor de todo tipo: desde la información sobre aspectos básicos en creación de empresas, desarrollo, viabilidad y consolidación hasta la tramitación de todos los documentos requeridos para su constitución.

Por su condición de intermediario entre las dos partes descritas anteriormente, la Cámara de Comercio puede ser una fuente valiosa y fundamental para los emprendedores en materia de financiación (colaboraciones y convenios con entidades privadas y públicas).

4) *FUNDEUN*: es una fundación basada en establecer sinergias entre el mundo empresarial y los universitarios. Su papel en materia de cooperación, innovación y creación de empresas es esencial para los jóvenes emprendedores ya que apoya mediante diversas políticas el emprendimiento empresarial. Esta institución pone también a disposición del emprendedor información sobre diferentes tipos de financiación en diferentes sectores basados en programas de apoyo nacional y regional. También participa y gestiona programas europeos de fomento del emprendimiento: Erasmus4YoungEntrepreneur, ICT Entrepreneur y SCIENT para doctores universitarios.

5) *IMPULSA ALICANTE*: es la Agencia Local de Desarrollo perteneciente al Ayuntamiento de Alicante y pone a disposición “todo lo que pueda necesitar un emprendedor para que su proyecto tenga éxito”.

De hecho, ofrecen una gran gama de servicios mediante el asesoramiento y orientación al emprendedor. Entre éstos, podemos encontrar la puesta en marcha de políticas y actuaciones dirigidas a crear el marco adecuado para que iniciativas empresariales se consoliden; todo tipo de información sobre oportunidades de mercados existentes; tutorías de planes de negocio e información sobre diferentes trámites de constitución, etc...

Esta Agencia tiene 4 claras características diferenciadoras del resto y pueden llegar a ser claves para el exitoso desarrollo de una actividad emprendedora:

- “Centro de Emprendedores”: espacio para el fomento de iniciativas emprendedoras donde se realizan charlas conferencias, cursos de formación y actividades para la puesta en marcha de nuevas empresas (formación en base a 4 itinerarios: TIC, relaciones humanas, comunicación/marketing y emprendimiento).
- “Club de Emprendedores”: ofrece ventajas y ayuda al emprendedor con su empresa mediante ventajas comerciales, descuentos adicionales o preferencias para asistir a cursos y jornadas. Uno de los requisitos para hacer parte de éste club es estar en disposición de crear una empresa en aproximadamente menos de 6 meses.
- Aceleradoras: es un sistema de aceleración de creación de empresas en base a un lema “tu empresa en marcha en 48h”. Este programa presta servicios presenciales de información y asesoramiento y tramitación de iniciativas empresariales para la creación casi inmediata de proyectos empresariales.
- Viveros de Empresas (AlicanteEmprende): un vivero de empresa tiene como objetivo la puesta en marcha y desarrollo de las empresas que están comenzando su actividad. En este caso, el Ayuntamiento de Alicante pone a disposición este vivero ubicado en un entorno empresarial constituido en el área de Merca Alicante y cuenta con más de 500 metros cuadrados para acoger a 14 empresas de nueva creación. Estos mecanismos sirven de motor para la actividad naciente mediante varios servicios prestados antes señalados.

6) CENTRO EUROPEO DE EMPRESAS INNOVADORAS (CEEI de Elche y Alcoy): Los CEEIs de Elche y Alcoy tienen como objetivo principal apoyar y e impulsar la creación de nuevas empresas innovadoras y fomentar la mejora competitiva y el crecimiento de éstas en el área que comprende la mitad norte de la provincia de Alicante y el Sur de la de Valencia.

Es una asociación privada sin ánimo de lucro creada en el año 1988, que busca promover la modernización del tejido industrial valenciano prestando su apoyo y sus servicios a diversas iniciativas en diferentes ámbitos.

Este Centro representa una herramienta para el impulso de la innovación y el desarrollo económico a través de la puesta en marcha de actividades y servicios para la creación de empresas innovadoras y el apoyo a las existentes en su proceso de innovación. Promueve el emprendedurismo, detecta proyectos innovadores, guía estratégicamente a las empresas desde su nacimiento hasta su puesta en marcha y lanzamiento al mercado y todo ello mediante la colaboración con organizaciones de soporte y/o apoyo empresarial. Para profundizar, estos Centros Europeos van a ofrecer diversos servicios esenciales en las diferentes etapas existentes en el proceso emprendedor; desde la creación de empresas hasta la consolidación y crecimiento de las mismas.

- Servicios para la creación de nuevas empresas:
 - ✓ Identificación de iniciativas y proyectos empresariales y motivación para el desarrollo de nuevas ideas de negocio
 - ✓ Orientación e información sobre mercados, financiación, tecnología y recursos.
 - ✓ Elaboración de plan de empresas y formación para obtener los conocimientos requeridos
 - ✓ Incubadora: acompañamiento de la puesta en marcha y puesta a disposición al emprendedor de infraestructuras y alojamiento: centro de empresas. (alquiler de un despacho con multitud de ventajas y minimización de gastos fijos para el inicio de la actividad).
 - ✓ Aceleradora: el centro ofrece un sistema de puesta en marcha exprés de los diferentes proyectos o Start Up en un tiempo muy reducido (media de 10 meses para que el proyecto salga al mercado).
- Servicios para la consolidación de las empresas ya creadas:
 - ✓ Planes de negocio y asistencia técnica en diversas áreas de la empresa
 - ✓ Estudios de viabilidad económico financiera
 - ✓ Gestión de proyectos multisectoriales
 - ✓ Apoyo en elaboración de sistemas de cooperación entre empresas
 - ✓ Apoyo en materia de internacionalización y apertura a nuevos mercados.

- ✓ Club de empresas del CEEI
- ✓ Búsqueda de oportunidades de negocio.

En cuanto a la financiación, el Centro ofrece muchos recursos en base a esta materia:

- Plataformas de Crowdfunding (UNIEMPREN).
- MicroBank: líneas de financiación por micro-créditos.
- Líneas de financiación de la Estrategia Europa Horizonte 2020
- ICO: líneas de financiación empresariales del Instituto de Crédito Oficial
- Ivace-financiación: diferentes programas y líneas de apoyo IVACE-financiación a los emprendedores y empresas valencianas.

3. POLÍTICAS QUE FOMENTAN EL EMPRENDIMIENTO A NIVEL NACIONAL Y COMUNITARIO (U.E).

3.1. Medidas a nivel Nacional

i. Ley de Emprendedores (2013).

Durante 2013 se realizó una importante actividad legislativa sobre el emprendimiento debido a su importancia y la necesidad de apoyar al emprendedor, fomentar el empleo y la actividad empresarial.

En efecto, desarrollar la cultura empresarial y su internacionalización en un entorno favorable para en los inicios de la actividad como en su posterior desarrollo ha pasado a ser una cuestión fundamental para el gobierno como posible salida de la crisis.

Uno de los objetivos de esta ley es eliminar el miedo a los empresarios existentes y a los futuros actuando en multiplicidad de ámbitos y desarrollar un tejido empresarial en el cual haya cabida para todas las empresas con independencia de su tamaño y de la etapa o ciclo de actividad en la que estén.

A lo largo de 2013, aparecieron 3 normas con rango de ley referentes al emprendimiento: el Real Decreto-Ley 4/2013, 22 de febrero que buscan fomentar el desarrollo del emprendedor mediante estímulos de crecimiento, del autoempleo y creación de empleo juvenil con disposiciones de carácter laboral, seguridad social, fiscal...; la Ley 11/2013, de 26 de julio buscando también la creación de empleo, el fomento del emprendimiento, su crecimiento buscando completar la Ley anterior incluyendo alguna novedad jurídica como el aumento de los incentivos económicos que permitan favorecer tal actividad; y por último la Ley 14/2013, de 27 de septiembre para apoyar a los emprendedores y intensificar su internacionalización que tiene carácter básicamente mercantil.

Entre los puntos clave de esta ley se encuentran:

- Facilidades para la creación de empresas: puntos de atención para el emprendedor, más rapidez, menor dinero, nuevos tipos de sociedades.
- Incentivos fiscales para los inversores con deducciones, inversiones en I+D y reinversión de beneficios...
- Más protección para el emprendedor; como por ejemplo con la creación del “empresario de responsabilidad limitada”.
- Incentivos al pluriempleo
- Cambios en la ley concursal estableciendo nuevos mecanismos de negociación extrajudicial de las deudas.
- Menos carga administrativa para facilitar todo tipo de trámites.

Nosotros nos centraremos en aquellas medidas que tengan como objetivo principal apoyar el inicio de la actividad empresarial: hablaremos de las dos nuevas modalidades de empresas que son las del Emprendedor de Responsabilidad Limitada (art.7 a 11) y la Sociedad Limitada de Formación sucesiva (at.12).

❖ *Emprendedor de responsabilidad limitada (art.7 a 11)*

A través de esta figura, los autónomos o trabajadores individuales podrán limitar su responsabilidad en base al patrimonio excluyendo su vivienda habitual del alcance de tal responsabilidad, exceptuando las deudas de derecho público. El objetivo de esta nueva figura es limitar los riesgos existentes para el empresario individual o autónomo de quedarse sin vivienda por culpa de momentos de decrecimiento de la actividad empresarial. Pero esta figura también tiene sus limitaciones: el legislador obligaría la publicación de las Cuentas Anuales aumentando la dificultad del emprendedor a acceder a financiación de terceros.

Por otro lado, a la hora de conceder créditos bancarios, el emprendedor tendrá que dar garantías a tales instituciones, lo que tampoco le libraría de este tipo de inconvenientes ya existentes. También hay que sumarle la existencia de otras figuras que permiten la protección total del patrimonio como la Sociedad Unipersonal Limitada de Formación Sucesiva.

❖ *Sociedad Limitada de Formación Sucesiva (art.12).*

La Sociedad Limitada de Formación Sucesiva es una sociedad de tipo mercantil que se deriva de la Sociedad Limitada y que rompe con unos principios básicos: la exigencia de un capital mínimo que caracteriza a la Sociedad de Responsabilidad Limitada. No obstante existen ciertos límites y obligaciones existentes por parte de los socios y administradores.

En efecto, las SLFS estarán sujetas a un régimen especial hasta que la cifra del capital mínimo alcance los 3000 euros y existirán ciertos requisitos y obligaciones como los siguientes:

- Destinar el 20% o más del beneficio a reservas legales para repartir dividendos a los socios.
- El valor del patrimonio neto resultante tras el reparto debe ser igual o superior a 1800 euros (60% del capital legal).

- La suma anual de las retribuciones satisfechas a los socios y administradores por el desembolso de estos cargos no pueden exceder el 20% del patrimonio neto del ejercicio.
- En caso de liquidación, sea voluntaria o forzosa, los socios y administraciones responden de forma solidaria desembolso de la cifra de capital mínimo establecida en la ley si el patrimonio de la sociedad fuera suficiente.

El legislador, con la creación de esta nueva figura, tiene como principal propósito reducir el coste inicial de constitución de una Sociedad Limitada e impulsar que se desarrolle a través de la autofinanciación gracias a los propios resultados que llegue a obtener la empresa. Todo ello puede tener repercusiones positivas como por ejemplo, tener más liquidez a la hora de iniciar la actividad y desarrollar más constituciones de empresas.

ii. Estrategia de Emprendimiento y Empleo joven 2013-2016

Esta estrategia busca favorecer la inserción en el ámbito laboral y mejorar su situación dentro del mercado del trabajo. Se abordan problemas estructurales como el desempleo y temas de índole coyuntural como consecuencia de la actual crisis económica.

Uno de los ejes de este programa, es el fomento del espíritu emprendedor.

En efecto, las medidas tienen como objetivo incentivar el emprendimiento y la puesta en marcha de actividades por cuenta propia, mejorar las posibilidades de financiación y la protección de los autónomos y emprendedores.

Las principales medidas son:

- Tarifa plana en la cotización a la Seguridad Social. Se basa en el establecimiento de una cuota de 50 euros para el inicio de una actividad por cuenta propia. El objetivo es facilitar el autoempleo y el inicio de la actividad emprendedora a los jóvenes menores de 30 años.
- Compatibilización de la prestación por desempleo con el inicio de la actividad por cuenta propia. El objetivo principal de esta medida es equivalente al anterior. Con

ellos, se busca asegurar un mínimo de ingresos al desempleado que decide emprender así como facilitar la puesta en marcha de su proyecto.

- Ampliación de las posibilidades de aplicación de la capitalización por desempleo. El objetivo se basa en avanzar para que la capitalización por desempleo se convierta en la llave de acceso al emprendimiento. De hecho, se abre la posibilidad a que de la capitalización de la prestación por desempleo pueda utilizarse para adquirir servicios específicos de asesoramiento, formación e información, así como diversos gastos de constitución de la nueva empresa.
- Mejora de la financiación para los emprendedores. El objetivo es favorecer el emprendimiento entre los más jóvenes y contribuir al mantenimiento de los proyectos de quienes ya han emprendido. Para ello se impulsara la consecución de fondos de capital semilla, microcréditos, business angels y se reforzara la figura del préstamo participativo destinado a la puesta en marcha de una empresa.
- Emprendimiento colectivo: fomento de la economía social y del emprendimiento colectivo. El objetivo principal es favorecer el emprendimiento social y colectivo e incentivar la incorporación de jóvenes desempleados menores de 30 años a las empresas de Economía Social a través de una bonificación en la cuota empresarial a la seguridad social de 800 euros anuales durante un total de 3 años.

3.2. Medidas a nivel Comunitario (Unión Europea).

i. Enfoque de UE.

Según la Comisión Europea, la iniciativa emprendedora “incluye la propensión a inducir cambios en uno mismo, la capacidad de aceptar y apoyar la innovación provocada por los factores externos, de dar la bienvenida al cambio, de asumir la responsabilidad por las propias acciones, de establecer objetivos y cumplirlos y de tener la motivación necesaria para el éxito”.

Esta definición muestra la importancia de adaptarse a los cambios tecnológicos y de la innovación, de la motivación para obtener resultados frente objetivos marcados y de dar salida al gran problema del desempleo existente en España.

Desde el inicio de la crisis económica en 2008, Europa le ha dado una importancia vital al papel del emprendimiento en la economía. Para recuperar el crecimiento y un alto nivel de empleo, Europa tiene la necesidad de crear y fomentar la actividad emprendedora.

Sus políticas y programas se basan en 3 pilares: desarrollar la educación y formación en materia de emprendimiento; crear un buen entorno empresarial; y establecer modelos y llegar a grupos específicos.

Todas estas medidas dedicadas al emprendimiento muestran los beneficios y el impacto positivo que puede tener en la economía; como por ejemplo:

- Motor del crecimiento y creación de empleo.
- Desarrollo de economía más competitiva e innovadora.
- Creación de riqueza.
- Fomento de la creación de PYMES que representan las fuente más importante de nuevos empleos: más de 4 millones de puestos de trabajo en Europa

ii. Datos del Global Monitor Entrepreneurship (GEM 2014).

Según los resultados del estudio del GEM, podemos definir 2 grupos de países existentes en Europa:

- Países motivados por la eficacia (casos de Hungría, Lituania, Polonia, Rumania, entre otros)
- Países motivados por la innovación (Austria, Bélgica, Italia, España, Francia, Alemania, Luxemburgo, entre otros).

El estudio realizado analiza un conjunto de variables presentes en torno a las características individuales y colectivas que potencias o obstaculizan el emprendimiento percibiendo así las oportunidades y las capacidades percibidas y los diferentes miedos existentes en los países de la Unión Europea.

Las economías europeas obtienen una TEA de primera fase de 7,8%, dato que se asimila mucho al del Norte-Americano. Una de las variables más importante que se detecta en este estudio es la del miedo al fracaso: los índices más altos se encuentran en Polonia (51,1%), Grecia (61,6%), Italia (49,1%) y los más bajos se encuentran en Croacia (30,3%), Eslovenia (29%) y Austria (34,9%).

En lo que concierne a las dinámicas de creación de empresas, se observa que en la Unión Europea existe un importante equilibrio entre los emprendedores de fases primarias (7,8%) y los negocios ya consolidados (6,7%). Estos números muestran la importancia que le está dando la comunidad europea y el vuelco hacia un ecosistema emprendedor eficaz que apoya y fomenta a la actividad emprendedora desde sus inicios hasta su consolidación. De hecho, esto provoca una disminución en la tasa de interrupción del negocio en las economías motivadas por la eficacia (4.8%) y por la innovación (2.7%) comparado con las economías de Latinoamérica y África (5,4% y 14% respectivamente).

Otro aspecto positivo que describe este estudio es que el grado de internacionalización crece; las economías de la Unión Europea obtienen los niveles más altos de internacionalización con uno de los países más pequeños a la cabeza: Luxemburgo con un 42%, Croacia con un 38%, Bélgica con un 33% y Estonia 24%.

iii. Programas y políticas vigentes.

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) representan un 98% de las empresas y el 67% de los puestos de trabajo y son un motor fundamental para el crecimiento económico y la integración social en la Unión Europea. Por ello, la Comisión Europea busca fomentar el éxito emprendedor y la mejora de su entorno mediante estas principales medidas:

- i. Iniciativa SBA (“Small Business Act”): esta iniciativa sitúa a las PYMES en primer plano en cuanto a elaboración de políticas y contribuye a garantizar que la legislación no incremente las cargas que les afecten.
- ii. Facilitar el acceso a la financiación: se establecen fondos estructurales, programas de investigación e innovación, instrumentos de micro-financiación progress y préstamos

del Banco Europeo de Inversiones (BEI). Tal banco concedió préstamos por unos 40 millones de euros siendo los beneficiarios más de 210.000 PYMES entre 2008 y 2011.

- iii. “Misiones para el futuro”: la globalización exige cada vez más que las PYMES sean capaces de competir con empresas de las economías desarrolladas y emergentes. La internacionalización se presenta como un instrumento atractivo y esencial para el crecimiento de tales empresas. La Comisión basa su apoyo en “misiones para el crecimiento” que tiene como objetivo facilitar los acuerdos entre las empresas y organizar actos destinados a la búsqueda de socios en los que participan la Plataforma de Colaboración de Agrupaciones Europeas y otras organizaciones afines de países como Japón, India, Túnez o Brasil.
- iv. Creación de la Red Enterprise Europe Network: se trata de una estructura de apoyo a la innovación y la actividad empresarial en las PYMES que busca promover el conocimiento de la legislación de la unión europea entre las pymes, ofrece apoyo y servicios de internacionalización en 54 países a través de 600 socios regionales, ayuda a las PYMES a obtener financiación y facilita el análisis empresarial y tecnológico así como servicios de asesoramiento en materia de derechos de propiedad intelectual. En Alicante, este servicio es prestado por COEPA, red SEIMED.
- v. Fomentación de clusters y redes de empresas: los clusters se basan en grupos de empresas especializadas y otros agentes colaboradores como organizaciones especializadas en diferentes materias empresariales, iniciativas regionales, redes de empresas, que están radicados en un sitio determinado estableciendo todo tipo de cooperaciones. Un ejemplo es el caso del clusters situado en Toulouse (Francia) basado en el desarrollo y producción del Airbus que tiene un papel fundamental para la creación de nuevas industrias. Esta modalidad de fomento de la cooperación empresarial tiene importancia para los programas europeos ya que la Unión Europea participa en muchas actividades de este tipo para aumentar la calidad de los clusters y lo hace por ejemplo con la Plataforma de Colaboración de Agrupaciones Europeas, la Iniciativa de Excelencia de las agrupaciones Europeas y el Centro Europeo de Innovación de Servicios.

4. ESTUDIO EMPÍRICO DEL FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO

4.1. Objetivos e hipótesis.

El tema central de nuestra investigación es el fomento del emprendimiento en la provincia de Alicante. Para conocer realmente la existencia y eficacia de las diferentes medidas existentes, nos centraremos en profesionales del sector del emprendimiento, más concretamente tanto en profesionales presentes en las diferentes instituciones (públicas/mixtas e privadas) mencionadas anteriormente desde la perspectiva de los propios emprendedores.

No existen trabajos realizados sobre el impacto de las distintas medidas que tienen como objetivo fomentar el emprendimiento en los emprendedores alicantinos. Por lo tanto, gran parte del estudio llevado a cabo se centra en describir las diferentes organizaciones con sus servicios y medidas junto a las experiencias y prácticas de los emprendedores alicantinos. Nos centraremos por tanto en los siguientes factores:

- las medidas existentes a nivel regional dedicadas al fomento del emprendimiento.
- La utilidad de estas medidas y su impacto real en los emprendedores.
- La visión de los emprendedores respecto a las medidas existentes.
- Las necesidades no satisfechas y problemas consistentes por la ausencia de medidas al respecto.
- Realizar una comparativa entre los servicios y medidas existente y el impacto real hacia los emprendedores

Con todo ello, el principal objetivo se basa en conocer el impacto real de las medidas existentes: como hemos descrito en la primera parte del trabajo, existen diversas medidas enfocada al emprendimiento pero nos interesa saber la efectividad de las mismas y si facilitan a nivel práctico las dificultades y problemas que los emprendedores asumen en niveles

administrativos, fiscales, de financiación, de formación y conocimiento etc...

Por otro lado, las hipótesis que nos planteamos son las siguientes:

- Si la formación es un aspecto fundamental y en principio accesible a todos los emprendedores gracias a los diferentes programas educativos en la materia.
- Si existe una cultura importante emprendedora en Alicante.
- Si el asesoramiento realizado por las organizaciones e instituciones representan un motor para la puesta en marcha de los emprendedores.
- Si la existencia de las diferentes medidas ofrecidas al emprendedor son eficientes e impulsan su actividad.

4.2. Metodología

Se ha planteado un estudio exploratorio para tener una aproximación de las herramientas accesibles para los emprendedores y el impacto real de éstas en Alicante.

Para desarrollar esta parte empírica del trabajo, hemos realizado entrevistas en profundidad a diferentes entidades dedicadas al fomento y apoyo al emprendedor y por otro lado, a emprendedores cuya actividad se realiza en la provincia de Alicante.

Se adjunta el modelo de entrevista realizada a los emprendedores y organismos en el ANEXO.

Las organizaciones a las que se ha realizado la entrevista son las siguientes:

- FUNDEUN (Fundación Empresa-Universidad de Alicante): entrevista realizada al Director de la Fundación, Rafael Lafont.
- Agencia de Desarrollo local (Ayuntamiento de Alicante): se entrevista Ester González Herreros, técnico encargada de asesorar al emprendedor y a Eloy Sentana, director del área de Promoción Económica.

- JOVEMPA (Federación de asociaciones de Jóvenes Emprendedores): se entrevista a Begoña Mira, técnico de sede y a Almudena Gonzalo, gerente de la asociación en Alicante.
- EOI: (Escuela de Organización Industrial): se entrevista a Juan Andújar, técnico de sede.
- GIPE de Universidad de Alicante: se entrevista a Víctor Climent, encargado del área de creación de empresas.
- Cámara de Comercio e Industria de Alicante: se entrevista a Carlos Amat, técnico de sede.
- CEEI (Centro Europeo de Empresas e Innovación): se entrevista a Jordi Tormo Santonja, técnico de sede.

Los emprendedores entrevistados son los siguientes:

- Alex Gómez Pareja: gerente de la empresa de Marketing Digital “Urban Marketing”
- Josep Ballester: Autónomo cuya actividad se basa en la asesoría a empresas y particulares con sede situada en el vivero de empresas de MercaAlicante.
- Walter, Oliver y Ricardo: socios de la empresa “Unicommerce” con sede situada en vivero de empresas de MercaAlicante con una actividad basada en la comercialización de productos electrónicos.
- David Manzano: co-fundador y encargado del departamento técnico de la empresa “Ledgroup” de iluminación profesional de Alicante.
- Beatriz Corbí: fundadora de la empresa familiar alicantina productora de cervezas artesanas “Santa Faz”.
- Juan Carlos Fernández: co-fundador y Director de ventas de la Empresa “Mycofoods” dedicada a la comercialización de alimentos ecológicos y tratamiento de la Stebia.
- Pepe Lucena: autónomo y agente de seguros en “Asoka”.

Cabe decir que tras realizar las primeras entrevistas, la información suministrada era semejante por lo que incrementar el nº de entrevistas no iba a aportar un valor o resultado significativo al estudio.

Para ello, se ha empezado presentando y explicando el fin pedagógico de la entrevista. También se ha recordado que toda la información recogida será utilizada únicamente como información para la investigación.

Se ha considerado que la entrevista en profundidad es la herramienta más adecuada ya que nos permite conseguir las respuestas a nuestras preguntas directamente, dándose un intercambio libre de información sin ningún tipo de presión. Además, se trata de obtener la información necesaria y que nos interesa de forma personal y de calidad.

Y para poder sacar conclusiones y estudiar los resultados, se han analizado, comparado y contrastado las respuestas de las diferentes entrevistas.

4.3. Desarrollo/Resultados.

Como ya se ha comentado, el objetivo principal de las entrevistas en profundidad, tanto por parte de las instituciones como de los emprendedores, ha sido conocer el impacto de las medidas impulsadoras para los emprendedores en Alicante. En esta parte, vamos a desarrollar y exponer las respuestas y puntos de vista obtenidos por parte de las organizaciones y de los emprendedores.

i. ORGANISMOS.

Empezaremos desarrollando el contenido de las respuestas y resultados de las entrevistas realizadas a las diferentes organizaciones. Para obtener la máxima información que engloba las características de las organizaciones, el emprendimiento y las medidas de esta materia, hemos dividido nuestra entrevista en 3 grandes partes:

- ❖ En primer lugar, hemos realizado unas preguntas de introducción para hacer sentir más cómodo al entrevistado y se han ido introduciendo nuevas de forma progresiva centradas en el tema de estudio.
- ❖ Después, se han formulado unas preguntas con aspectos más técnicos que profundizan en las medidas y servicios existentes para los emprendedores y los mecanismos de actuación.

- ❖ Por último, nos hemos centrado únicamente en el entrevistado para que, según su experiencia, nos diera su punto de vista en diferentes aspectos relacionados con la actividad emprendedora.

En primer lugar, una de las primeras preguntas con las que se ha iniciado la entrevista es en referencia a los diferentes servicios ofrecidos al emprendedor. Cada organización tiene su forma de operar y llevar a cabo las campañas de ayuda y puesta en marcha de sus medidas impulsadoras pero, cierto es que las personas entrevistadas han coincidido en muchos aspectos.

Encontramos una serie de servicios comunes existentes en las diferentes asociaciones que podemos enumerar:

- ◇ Orientación en planes de empresa
- ◇ Formación e información en relación a sectores específicos y gestión empresarial
- ◇ Jornadas de intercambio y centros de coworking
- ◇ Estudio de viabilidad de Start-Up
- ◇ Tramitación de documentos requeridos para constitución de empresa
- ◇ Orientación e información sobre mercados, financiación, tecnología y recursos
- ◇ Gestión de proyectos multisectoriales
- ◇ Apoyo en elaboración de sistemas de cooperación entre empresas
- ◇ Búsquedas de oportunidades de negocio
- ◇ Asesoramiento específico para recursos financieros existentes

Quisimos saber, independientemente de los respectivos servicios que cada uno prestaba, qué otros servicios consideraban importantes y que fueran relevantes para el emprendedor. Esta respuesta variaba en función de los servicios que cada organización ofrecía al emprendedor. Pero una de las medidas interesantes que pocas entidades tienen a su disposición y que muchas han elogiado son los viveros de empresas.

En efecto, los viveros de empresa facilitan el correcto desarrollo de los proyectos gracias a los servicios y facilidades que caracterizan los viveros.

Como ya hemos definido en la primera parte del trabajo, los viveros de empresas representan un espacio compartido y protegido dedicado a las empresas recién creadas, las cuales se benefician de servicios de apoyos para reducir gastos fijos y generales, de asesoría y consultoría en ámbitos claves según el sector de actividad y también disponen de acciones de networking para poder incrementar las redes de contactos profesionales y buscar nuevas oportunidades.

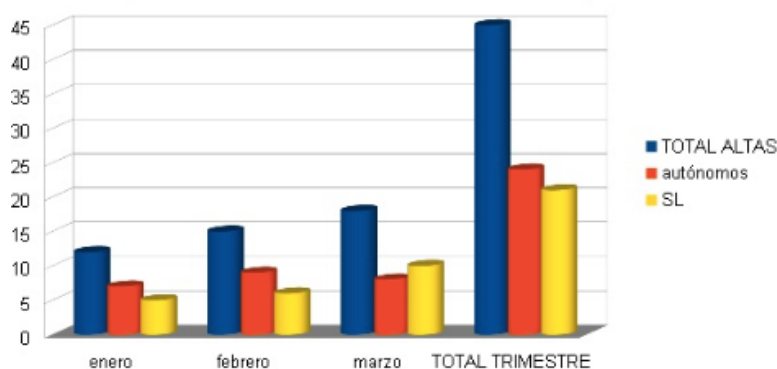
Esa es una de las características diferenciadoras de la Agencia de Desarrollo de Alicante, la cual pretende desarrollar un ecosistema emprendedor mediante dos viveros de empresas situadas en Merca-Alicante y otra en la zona de Aguarmarga. De hecho, eso posibilita un seguimiento más cercano de la actividad emprendedora una vez prestados los diferentes servicios.

Aunque casi todos los datos y estadísticas de las entidades están bajo protección de datos y no hemos podido estudiarlos, hemos tenido el privilegio de acceder a datos y estadísticas sobre resultados del Centro Europeo de Empresas Innovadoras y de la Agencia de Desarrollo Local.

Empezaremos por la publicación de la Agencia local en abril de 2016 de un informe sobre empresas que se crearon y desarrollaron gracias a su apoyo. De hecho, la cifra de empresas que comienzan su actividad se eleva a 45 finalizando el trimestre con 246 emprendedores atendidos en punto PAE.

Como podemos observar en el siguiente gráfico, durante los tres primeros meses del año el Alta de las empresas ha progresado siendo el mes de marzo el mejor mes en cuanto al total de altas y creación de SLs.

Grafico: 1er trimestre 2016: Altas en punto PAE.



fuelle: www.impulsalicante.es

En segundo lugar, establecemos los siguientes datos interesantes que nos ha facilitado el Centro Europeo referentes a su actividad y su repercusión hacia los emprendedores:

- ◇ Emprendedores atendidos: 18.143
- ◇ Empresas creadas: 276
- ◇ Empleo generado en el momento de creación de las empresas: 475
- ◇ Inversión promovida en el momento de creación: 16,30 millones de euros
- ◇ Número de empresas atendidas: 330
- ◇ Empresas instaladas en nuestro Centro de Empresas: 118
- ◇ Financiación conseguida para las empresas: 7,95 millones de euros

Por otra parte, mediante las preguntas referentes al emprendimiento y su situación actual, hemos visto ciertas diferencias en los puntos de vista de los entrevistados.

Cabe decir, que todas las personas entrevistadas comparten la creencia y existencia de una dificultad real de acceso a la financiación y la falta de apoyo financiero existente para los emprendedores. A tal dificultad hay que sumarle las trabas administrativas y el exceso de papeleo. Pero no todos ven estos problemas como los principales.

Uno de los principales problemas al que se enfrenta un emprendedor según el subdirector de FUNDEUN es el de la ACTITUD. En efecto, Rafael Lafont se ha encontrado con muchos emprendedores que participan en diferentes concursos de emprendedores pero que en el fondo no se lo creen. Según él existe una barrera importante, que es la creencia en lo que uno hace.

Otra barrera según él, aparece después de la superación de la creencia, que es la utopía. El problema del emprendedor una vez que tiene su proyecto claro y definido, es que en alguna ocasión se enamora ciegamente de su proyecto y en la fase de análisis deben “bajarle a la tierra” ya que se plantean muchos problemas en diferentes aspectos como: el plan de empresa, el de análisis de competidores, ventajas competitivas, si su producto es realmente diferenciador, definición de precios, el saber comunicar y vender etc.

Los servicios de FUNDEUN tienen una repercusión importante en el proceso emprendedor ya que conecta universidad y empresa y la formación de la entidad permite desarrollar proyectos basados en la innovación. A parte de los servicios que ofrecen al emprendedor, ofrecen también diferentes cursos especializados y enfocados a la innovación para los universitarios para facilitarles la incursión al mundo laboral. De hecho, los miembros de la organización subrayan el papel de la universidad como fomentadora del emprendimiento gracias a sus infraestructuras y su transferencia de conocimientos para la cultura emprendedora.

Otro problema determinante según Eloy Santana, director del área de Promoción Económica del Ayuntamiento de Alicante, es el entorno, el cual no estimula el emprendimiento. Dentro del entorno existente en Alicante, destaca como principal factor la educación. Según él, nuestro sistema educativo desde la educación obligatoria hasta la formación universitaria y profesional no fomenta la capacidad iniciativa emprendedora. En consecuencia, la cultura emprendedora es complicada de expandirse y desarrollarse con ese patrón educativo. Hace falta desarrollar valores educativos basados en la autonomía, en aprender, en equivocarse, en corregir, en integrar diferentes sensibilidades y fomentar la iniciativa.

Por último, las respuestas de los entrevistados a cómo ven la situación actual respecto al emprendimiento en España y en la Comunidad Valenciana han sido muy próximas. En efecto, existe un importante optimismo hacia el futuro en cuanto a emprendimiento por el aumento de proyectos y de diferentes iniciativas de apoyo. El miedo, según los entrevistados, se está perdiendo y la situación está mejorando comparado con los años 2009-2010 dónde los bancos limitaron los créditos bancarios por problemas de liquidez debido al auge de la crisis financiera y económica. La importante presencia de emprendedores por vocación transmite esperanzas pero los entrevistados coinciden en la dificultad del camino del emprendedor y de la importancia de la constancia y el trabajo más que la creatividad como factores claves.

ii. EMPRENDEDORES.

Los resultados de nuestra entrevista a los emprendedores es fundamental para conocer el grado de impacto de las medidas existentes hacia ellos y el conocimiento de la experiencia real que éstos tienen a la hora de poner en marcha un negocio. Para obtener la máxima información que engloba las características de los emprendedores y de las características de la puesta en marcha de sus negocios, hemos dividido nuestra entrevista en 3 grandes partes:

- ❖ En primer lugar, hemos realizado unas primeras preguntas de introducción al igual que con las entidades anteriores. Estas preguntas buscaban obtener información básica sobre el emprendedor y su actividad para poder introducirnos mejor en el tema principal.
- ❖ Después, hemos realizado unas preguntas que involucran a las organizaciones y su papel que han tenido hacia los propios emprendedores. Es decir, hemos buscado entender la utilidad que tienen en la puesta en marcha de la actividad en los diferentes las diferentes etapas del proceso emprendedor.
- ❖ En tercer lugar, hemos querido conocer qué características más profundas de la actividad como el método de financiación y los problemas reales al que se encuentran diariamente los emprendedores. Y para terminar la entrevista, hemos preguntado diferentes puntos de vistas sobre los mecanismos que podrían mejorar, según ellos, la puesta en marcha de sus actividades y la posible mejora situación actual en España y en Alicante respecto a este tema.

Se pueden dividir nuestras entrevistas en 3 grupos: las realizadas en el vivero de empresa de MercaAlicante, el segundo en el vivero de la zona de Aguamarga y el tercero realizadas a emprendedores que no se ubican en tales instalaciones.

En primer lugar, empezamos nuestra entrevista preguntando la motivación de haber emprendido obteniendo respuestas muy heterogéneas. La necesidad de obtener un autoempleo

y no trabajar por cuenta ajena ha sido una causa importante y presente que se han podido observar junto con la aparición de nuevas oportunidades en el mercado.

El emprendimiento por necesidad ha sido realizado por, aproximadamente, el 20% de los emprendedores entrevistados mientras más de 70% afirma haber aprovechado la aparición de oportunidades en el mercado. De hecho, este dato ratifica los resultados del GEM 2014 y también 2015.

Las preguntas referentes a las diferentes ayudas e impulsos recibidos a la hora de arrancar la actividad representan un aspecto clave en nuestras entrevistas hacia los emprendedores. En efecto, solo uno de los siete entrevistados no recibió ninguna información necesaria para la puesta en marcha de su negocio por su experiencia en el sector.

Pero por norma general, todos han gozado de un apoyo relacionado con informaciones sobre el sector y la futura actividad de la empresa. Organizaciones como Jovempa, la Agencia local, el CEEI y también el centro tecnológico han sido esenciales para el correcto inicio de la actividad.

Cabe destacar el papel de los viveros de empresa que tiene para estos nuevos empresarios. Los entrevistados que gozan de los privilegios que ofrecen los viveros, insisten en la importancia de la aportación que les realiza el vivero de empresa para su actividad diaria.

En cuanto a las fuentes de financiación de nuestros emprendedores, el porcentaje de financiación ajena es más importante en las empresas consolidadas y desarrolladas que en las de nueva creación. Las empresas situadas en el vivero de empresas de Aguamarga tenían un grado más importante de desarrollo que las de MercaAlicante. El 90% de los emprendedores entrevistados en este último vivero han afirmado haber utilizado una financiación propia, mientras que el 80% aproximadamente de los entrevistados en el vivero de Aguamarga asegura haberse aprovechado de financiación ajena para el desarrollo de su empresa.

Esta cuestión nos servía para enlazar la cuestión de los principales problemas a los que se encontraban estos emprendedores hoy en día. Aunque el 80% de los emprendedores destacaban la importante presencia de trabas administrativas y problemas de financiación para un importante desarrollo de la actividad, nos parece interesante exponer la visión de los socios

argentinos de *UniCommerce* que ven como principal problema la actitud del emprendedor (al igual que el subdirector de Fundeun). Según ellos, existe un pensamiento demasiado pesimista de los propios emprendedores, y en segundo lugar, una falta de cultura emprendedora que limita el empuje de sus actividades.

Por último, coincidiendo con las diferentes opiniones de los miembros de las organizaciones, los emprendedores son optimistas en cuanto a la situación del emprendimiento en España. Aunque cabe decir que existe una opinión generalizada de la falta de apoyo e incentivos existentes hacia los autónomos, aun existiendo multitudes de medidas y campañas dedicadas a este colectivo empresarial.

4.4. Reflexiones

El objetivo principal de las entrevistas en profundidad, tanto por parte de las instituciones como de los emprendedores, ha sido conocer el impacto de las medidas impulsadoras para los emprendedores en Alicante.

Después de haber tenido entrevistas con profesionales del sector y con los propios emprendedores, podemos sacar conclusiones referentes a la importancia y repercusión que tienen sobre la actividad emprendedora.

Al realizar la mayoría de las entrevistas en viveros de empresas, se puede afirmar que este sistema de apoyo a la actividad naciente del emprendedor representa una herramienta importantísima por tres principales razones:

1. Las autoridades regionales y nacionales consideran a los viveros de empresas como instrumento clave para la promoción del desarrollo económico, la innovación y la aparición de nuevas empresas de crecimiento de base tecnológica.
2. Por otra parte, los viveros de empresas proporcionan a las nuevas empresas servicios de asesoramiento y apoyo dirigido al fortalecimiento de recursos y capacidades empresariales, facilitando temas tan importantes y básicos como el acceso a la financiación. Esta medida incrementa los programas de aceleración y lanzamiento de proyectos empresariales. Con ello, los viveros de empresas han pasado de tener como

objetivo principal aumentar las probabilidades de supervivencia a ofrecer la aportación de un valor añadido importante.

3. Operan como fuente de información para los gobiernos y organismos públicos y actúan como representantes de los empresarios ofreciendo una cartera única de contacto para aquellos que deseen colaborar con nuevas empresas.

Por lado, mediante este análisis, podemos proporcionar estas conclusiones relevantes:

- ✚ Existencia de acciones que tienen un apoyo institucional cada vez mayor. Se puede decir que estamos ante un proceso de cambio de sistema a favor del emprendimiento en el cual existen fortalezas y debilidades.
- ✚ Poca mentalidad emprendedora: falta de formación emprendedora en todos los niveles académicos que permita desarrollar una mentalidad que englobe valores emprendedores (liderazgo, iniciativa propia, manejo empresarial). Destacamos la diferencia de visión que tuvieron los socios argentinos de *Unicommerce* con el autónomo asesor del vivero de empresa de MercaAlicante: pudimos observar una mentalidad americana muy emprendedora y otra muy limitada y pesimista en este sentido por parte del propio emprendedor.
- ✚ La sociedad en su conjunto no percibe y valora el esfuerzo y riesgos que toman los emprendedores al iniciar una actividad por cuenta propia. No existe una concesión de estatus alto e importantes recompensas hacia los emprendedores como puede ocurrir en otros países como los Estados Unidos.
- ✚ Problema de calidad de emprendimiento (calidad de ideas y proyectos junto a falta de creencia y constancia en su desarrollo), importante cultura del fracaso y falta de actitud: carencia de valores emprendedores, prevalece en muchas ocasiones lo negativo ante lo positivo.

- ✚ Como hemos comentado antes, el apoyo institucional es relevante, pero mediante este análisis y estudio, hemos descubierto el impacto real de las diferentes medidas y podemos concluir que más que medidas cuantitativas, faltan medidas cualitativas. Existen multitudes de campañas pero persisten muchos de los mismos problemas para diferentes emprendedores ya que falta especificidad. Ello podría lograrse mediante políticas selectivas y segmentadas con adaptaciones de programas a necesidades concretas y específicas en función de características concretas.
- ✚ Para suplir la falta de incentivos generales al emprendimiento y de individualismo en cuanto a negocios (ejemplo de la cultura emprendedora presente en el ADN de los americanos), parece interesante desarrollar una importante arquitectura de políticas públicas a través de leyes, relaciones institucionales e instituciones financieras que estimulen y apoyen de manera mucho más específica la actividad emprendedora.
- ✚ Existencia de un tratamiento demasiado homogéneo hacia las pequeñas empresas por parte de las diferentes medidas existentes. Los apoyos deben plantearse según las formas en que las asistencias se prestan y los emprendedores a los que van dirigidas.
- ✚ Falta de medidas que fomenten sinergias. En muchas ocasiones las medidas no se complementan entre sí y no representan programas y políticas en forma de paquetes integrados para así fomentar sinergias y permitir un mejor aprovechamiento de estas medidas. Debe existir una vinculación más importante por parte de las diferentes instituciones dedicadas al emprendimiento y sus medidas para no perder eficiencia en los resultados.

5. CONCLUSIÓN

La existencia de medidas existentes a nivel Local, Nacional y Europeo sobre la actividad emprendedora es innegable. La importancia de la actividad empresarial tiene un peso clave en nuestro sistema económico y su adecuado desarrollo puede desembocar en un crecimiento económico creciente. Por ello, el fomento mediante paquetes de medidas empieza a tener una

importante consideración a nivel institucional encontrándonos en un proceso de transformación de nuestro sistema respecto al emprendimiento.

Se puede afirmar que existe multitud de programas educativos y formativos puestos a disposición de los emprendedores en la provincia de Alicante gracias a las jornadas, conferencias, centros de networking y diversos programas de formación que organizan las diferentes instituciones estudiadas anteriormente.

El fomento de la actividad emprendedora mediante políticas y medidas tiene que ir acompañado de una creciente cultura emprendedora que permita implantar en la sociedad una mentalidad basada en el liderazgo y la importancia de la iniciativa propia a nivel empresarial.

Este estudio nos permite afirmar que los servicios de los diferentes organismos dedicados al sector del emprendimiento en la provincia de Alicante tienen un papel fundamental para la puesta en marcha de actividades nacientes.

Para concluir, gracias a este análisis, podemos afirmar que el correcto desarrollo del emprendimiento representa una cuestión de fondo, estructural y compleja que depende de muchas variables en las cuales se encuentran las medidas y políticas existentes. Si no existe una sinergia y conexión entre estas diferentes variables, las medidas de fomento al emprendimiento no serán del todo eficientes.

6.BIBLIOGRAFÍA

COMISIÓN EUROPEA (2013). *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Plan de Acción sobre emprendimiento 2020: relanzar el espíritu emprendedor en Europa*. Bruselas, 9.1.2013 COM(2012) 795 final.

COMISIÓN EUROPEA. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. (2014). *Comprender las políticas de la Unión Europea: Empresa*. 16pp.

PARLAMENTO EUROPEO (2015). *Emprendimiento social e innovación social en la lucha contra el desempleo*. (2014/2236(INI)) .

MINISTERIO DE ESPAÑA (2013). *Estrategia de emprendimiento y empleo joven 2013-2016*.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor (2014). *Informe GEM España*. Editorial de la Universidad de Cantabria, D.L. 2015. – 155 pp.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor (2015). *Informe GEM España 2015*. Editorial de la Universidad de Cantabria www.editorialuc.es.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor (2015). *Informe GEM Comunidad Valenciana 2014*.

UNIVERSIA BUSINESS REVIEW (2015). *El fracaso emprendedor a través de las Instituciones y la calidad del emprendimiento*.

JOAQUÍN ALCÁZAR CANO (2015). *Políticas de Emprendimiento Innovador e Incubadoras de empresas*. Tesis doctoral. Universitat Politècnica de València. 177 pp.

FRANCISCO JAVIER MATÍZ y YIDA MOGOLLÓN CUEVAS (2008). *La cadena de financiación: una necesidad para el desarrollo económico y social a partir del emprendimiento*. Revista EAN No. 63: mayo-agosto de 2008 p.59-72

JOSÉ RUIZ NAVARRO (2013). *the entrepreneurship and the north-south European Convergence: evidences from the global entrepreneurship monitor*. Universidad de Cádiz.

EL ESTADO ACTUAL DEL EMPRENDIMIENTO EN EUROPA Y EL MUNDO (2015).
<http://www.face-entrepreneurship.eu/es/blog/articulos/el-estado-actual-del-emprendimiento-en-europa-y-el-mundo>

ANEXO

Preguntas realizadas a los Emprendedores y Organismos en la Provincia de Alicante.

1) Entrevista a Organismos.

Características básicas de la institución:

- Pública/privada/mixta
- Existencia de un departamento específico de apoyo al emprendedor
- Si sí, ¿hace cuantos años que presta ese servicio?
- N° de personal que presta ese servicio?
- Colaboraciones con otras entidades/organizaciones en temas de emprendimiento

- 1) ¿Qué tipo de servicios presta a los emprendedores?
Independientemente de los servicios que su organización presta, ¿qué otros servicios considera importantes que deberían ofrecerse?
¿Usted cree que existen suficientes facilidades ofrecidas al Emprendedor?
- 2) ¿Qué impacto tiene los servicios que este organismo ofrece al emprendedor?
¿Realizan algún tipo de seguimiento al emprendedor una vez prestado el servicio?
¿qué datos, informes o estadísticas tienen sobre los servicios prestados que lo demuestren? ¿Podrían facilitarme algún dato?
- 3) Según usted, ¿cuál cree que es el principal obstáculo para un emprendedor hoy por hoy? ¿Qué medidas ofrecen para contrarrestarlo?
- 4) Desde un punto de visto general, ¿cómo ve usted la situación actual respecto al emprendimiento en España?
¿Ve alguna diferencia respecto a lo que sucede en la Comunidad Valenciana?

2) Entrevista a Emprendedores.

Características básicas del emprendedor y de su actividad:

- Edad, sexo, nivel estudios, años que tenía cuando empezó la actividad
- si fue su primera creación de empresa y su situación laboral en momento de la puesta en marcha de la actividad
- Qué actividad realiza y sector en la que se encuentra.

- 1) Qué motivó su decisión de emprender?
- 2) ¿Recibió algún tipo de información previa antes de crear tu empresa?
Si es así, ¿Qué tipo de información recibió para crear su empresa?
¿Dónde fue a pedir información?
- 3) ¿Qué facilidades conoce que se ofrecen al emprendedor por parte de la administración pública?
¿Y de alguna organización privada (por ejemplo, alguna Fundación, asociación o patronal)?
¿Se benefició de alguna de ellas cuando inició o creó su empresa?
- 4) ¿Cuáles fueron las fuentes de financiación para la puesta en marcha de su proyecto? (% de propia y ajena)
- 5) ¿Qué tipo de problemas se encuentra usted en su actividad emprendedora? (exceso de papeleo, muchas barreras, falta de formación, difícil acceso a infraestructuras, falta financiación etc.).
Si tuviera que enumerarlas por orden de importancia (de mayor a menor importante) ¿cómo lo haría?
- 6) ¿Qué factores le ayudarían a impulsar su proyecto o actividad en el momento actual?
- 7) Desde un punto de visto general, ¿Cómo ve usted la situación actual respecto al emprendimiento en España? ¿Tienes la misma opinión respecto a la situación en la Comunidad Valenciana?

